

УДК 658.8; 339.1

Оксана Пантелімон

Oksana Pantelimon

Науковий керівник – к.е.н., доцент Шпилик С.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЕКО-МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

ECO-MARKETING: ESSENCE AND IMPORTANCE FOR MODERN SOCIETY

У сучасному світі дуже суттєвою є проблема збереження та ефективного використання ресурсів навколишнього середовища. Саме тому у теперішній економіці вагоме місце повинна займати концепція сталого розвитку, а саме така її ланка як екологічний маркетинг.

Екологічний маркетинг – це особлива форма діяльності організації, що полягає не лише у задоволенні екологічних потреб людства чи у дотриманні у своїй діяльності усіх екологічних норм, а й у стимулюванні розвитку екологічної свідомості населення шляхом створення попиту на продукцію, що не несе шкоди довкіллю та здоров'ю людей. У 1970-х роках стрімко поширювалась інформація про техногенний вплив на навколишнє середовище, порушення екологічної рівноваги через забруднення планети. У світі розвивалися рухи із негативним ставленням до маркетингу як такого, а це спонукало компанії шукати шляхи вирішення цієї проблеми. Ціль була досягнута завдяки появі та росту потреб в безпечній продукції, та впровадженні екологічно орієнтованого виробництва.

Основним елементом в екологічному маркетингу є поняття екологічного товару, який буває екологічно нейтральним (товар просто не несе шкоди) та екологічно спрямованим (виготовлення і споживання товару позитивно впливає на навколишнє середовище). Концепція

екомаркетингу включає стимулювання екологічного попиту. Вагоме місце займає мотивація споживачів. Мотиви до покупки екологічних товарів бувають: раціональними, що включають якість продукції, економічність використання, збереження здоров'я та лікувальні властивості; емоційними, до яких входить стиль життя, а також страх перед шкодою для здоров'я; моральними, що полягають у бажанні зберегти природне середовище.

Говорячи про просування екологічних товарів, варто відзначити, що у ньому є декілька особливостей, які потрібно враховувати: необхідно детально інформувати споживачів про переваги такого товару; об'єктивно обґрунтовувати високу вартість товарів; з огляду на відмінність запитів різних груп споживачів, диференціювати заходи зі стимулювання збуту.

Для виробництва екологічних товарів важливим є створення екологічного підприємства, діяльність якого спрямована на виробництво продукції та надання послуг природоохоронного призначення та пов'язана із раціональним використанням, збереженням та відновленням природних ресурсів. Велику увагу приділяють екологічній освіті та культурі персоналу. Такий бізнес має місце лише на ефективно функціонуючому ринку екологічних товарів та послуг у високорозвинених країнах.

З огляду на вищесказане можна зробити висновок, що дана сфера має усі шанси на подальший розвиток, адже екологічна свідомість населення зростає, окремі індивіди стають більш схильними до збереження як власного здоров'я так і природного середовища. У простій людини виникає розуміння того, що усе в світі повинне бути збалансованим, тому з'являється попит на екологічну продукцію, а виробники для підвищення своїх конкурентних переваг намагаються дати покупцеві те, чого він потребує. І хоча на українському ринку напрям екологічного маркетингу ще не набув потрібної популярності, перспектива розвитку є, адже підприємства розуміють – для успіху потрібно звертати увагу не лише на свої власні мотиви, а й на проблеми суспільного та екологічного масштабу.